

PASANTÍA PROFESIONAL - AGENCIA DE TURISMO LLANERO LLANOTOURS

S.A.S.

JESSICA LORENA RAMÍREZ ARIAS

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

VILLAVICENCIO

2018

PASANTÍA PROFESIONAL - AGENCIA DE TURISMO LLANERO LLANOTOURS

S.A.S.

INFORME FINAL DE PASANTÍA PARA OPTAR EL TÍTULO DE

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SEGÚN RESOLUCIÓN 007 DE ABRIL 30 DE 2014

JUAN CARLOS LEAL CÉSPEDES

Director Académico de opción de Grado

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

VILLAVICENCIO

2018

Nota de aceptación

JAVIER DÍAZ CASTRO

Director Centro de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas

VICTOR JULIO VILLAMIZAR

Director del Programa de Administración de Empresas

JUAN CARLOS LEAL CÉSPEDES

Director Académico de opción de Grado

Villavicencio, noviembre de 2018

Autoridades Académicas

Rector (e) de la Universidad de los Llanos

Pablo Emilio Cruz Casallas

Vicerrectoría Académica

Doris Consuelo Pulido de González

Secretaría General

José Milton Pastor Puerto Gaitán

Decano de Facultad de Ciencias Económicas

Rafael Ospina Infante

Director Escuela de Administración y Negocios

Giovanny Hernández Casallas

Director Centro de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas

Javier Díaz Castro

Director de Programa de Administración de Empresas

Víctor Julio Villamizar Rodríguez

DEDICATORIA

Este logro quiero dedicarlo en primer lugar a Dios, por haberme dado la fortaleza de poder culminar mi carrera universitaria a pesar de los problemas personales que me acontecieron. A mi Madre; principalmente por creer en mí, apoyarme económicamente durante la carrera y motivarme siempre a luchar por alcanzar mis sueños. A mi gran amigo y compañero, a quien aprecio mucho; Edwin Díaz, por su valioso apoyo incondicional, su fidelidad, comprensión, entrega, afecto y por su apoyo económico y moral que no me dejaron desfallecer. Y a mi Ángel que ahora se encuentra en el cielo; Ismaelina Rairán; por protegerme, guiarme y ser mi cómplice en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

A la señora Judith Guevara, por su generosidad y apoyo incondicional al ingresar a esta institución académica, al compañero Ananías Rodríguez por su aporte fundamental en el proceso final de mi carrera; por su amabilidad y entrega desinteresada. A mi Director de pasantía; Juan Carlos Leal, por sus consejos, apoyo, cordialidad, entrega y comprensión, y a Oriana Martínez por su apoyo, tolerancia y disposición

A las profesoras Marta Martínez y Mónica López. A los profesores Marcos Edilson Hernández, Oscar Pabón, Nayib Camacho, y Héctor Rojas, por su disposición y/o amabilidad conmigo, al secretario académico de la facultad de ciencias económicas; Edison Rodríguez, por estar siempre presto a brindar apoyo a los estudiantes. A algunos de los funcionarios de la Universidad por las charlas que siempre terminaban en risas, por el afecto y la disposición de brindarme siempre cualquier ayuda. Y a la Universidad de los Llanos, por haber sido una base fundamental en mi crecimiento personal y profesional.

A todos ustedes; ¡muchas gracias por su contribución, buenos tratos, comprensión y apoyo desinteresado!

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
2. JUSTIFICACIÓN	19
3. OBJETIVOS	21
3.1. OBJETIVO GENERAL	21
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
4. MARCOS DE REFERENCIA	22
4.1. MARCO TEÓRICO	22
4.2. MARCO CONCEPTUAL	28
4.3. MARCO GEOGRÁFICO	30
4.4. MARCO NORMATIVO	31
4.5. MARCO INSTITUCIONAL	33
5. DISEÑO METODOLÓGICO	34
6. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	36
6.1. DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA LLANOTOURS S.A.S	36
6.2. FICHAS DESCRIPTIVAS DE LOS PRODUCTOS	40
7. ELEMENTOS QUE FORMAN PARTE DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA DESDE LA CIENCIA ADMINISTRATIVA	56
7.1. PORTADA DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA - AGENCIA DE TURISMO LLANERO LLANOTOURS S.A.S.	56
7.1.2. MISIÓN Y VISIÓN DE LLANOTOURS S.A.S	57
7.1.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LLANOTOURS S.A.S	58
7.1.4. VALORES DE LLANOTOURS S.A.S	59
7.1.5. POLÍTICAS DE LLANOTOURS S.A.S	60
8. NUEVOS PRODUCTOS ESTABLECIDOS A TRAVÉS DEL PORTAL VIRTUAL DE LA AGENCIA DE TURISMO LLANOTOURS S.A.S	61
8.1. VISUALIZACIÓN DE PRODUCTOS AÑADIDOS AL PORTAL	62
8.1.2. VISUALIZACIÓN DEL CHAT QUE MANEJA LA AGENCIA DE TURISMO LLANERO EN SU PORTAL VIRTUAL	63
8.1.3. APARIENCIA DE LOS MENSAJES RECIBIDOS EN EL PORTAL VIRTUAL DE LA AGENCIA	64
8.1.4. VISTA DE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES PARA LA COMPRA EN EL PORTAL VIRTUAL DE LA EMPRESA LLANOTOURS S.A.S	65
9. OTRAS ACTIVIDADES DE APOYO REALIZADAS EN LA PASANTÍA	66
10. CONCLUSIONES	67
11. RECOMENDACIONES	70

12.	ANEXOS	71
12.1.	ENTREGA DEL C.D EN MEDIO MAGNÉTICO, A LA EMPRESA LLANOTOURS S.A.S.	71
13.	BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA	72

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 PORTALES DE COMPETIDORES DIRECTOS, A TRAVÉS DE LOS CUALES TAMBIÉN SE OFRECEN SERVICIOS DE TURISMO EN LA REGIÓN	36
TABLA 2 CATEGORÍAS QUE OFERTA LA AGENCIA	37
TABLA 3 PRODUCTOS Y PRECIOS QUE MANEJA LA EMPRESA	38
TABLA 4 PÚBLICO OBJETIVO PARA CAÑO CRISTALES	39

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. LOS SIETE FACTORES QUE CONDICIONAN EL COMPORTAMIENTO DE LA EMPRESA	25
FIGURA 2. TOMA AÉREA CIUDAD DE VILLAVICENCIO, (META-COLOMBIA). DATOS DEL MAPA @2018 GOOGLE MAPS	30
FIGURA 3. LOGO DE LA AGENCIA DE TURISMO LLANERO - LLANOTOURS S.A.S	33
FIGURA 4. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; CASCADA	40
FIGURA 5. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; TRABAJO DE LLANO – LLANERO POR UN DÍA	41
FIGURA 6. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; CABALGATAS Y TRABAJO DE LLANO	42
FIGURA 7. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; PASADÍA BOGOTÀ Y SUS MUSEOS	43
FIGURA 8. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; NOCHES LLANERAS	44
FIGURA 9. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; LLANO BUS	45
FIGURA 10. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; TOUR LLANOS ORIENTALES 4 NOCHES – 5 DÍAS CON CAÑO CRISTALES	46
FIGURA 11. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; PLAN CAÑO CRISTALES – 3 DÍAS, 2 NOCHES	47
FIGURA 12. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; RUTA PIEDEMONTE LLANERO	48
FIGURA 13. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; RUTA AMANECER LLANERO	49
FIGURA 14. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; RUTA DEL EMBRUJO LLANERO	50
FIGURA 15. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; CIRCUITO AMANECER EN EL PIDEMONTE LLANERO	51
FIGURA 16. OTROS PORTALES DE INTERNET DONDE TAMBIÉN OFERTAN EL PRODUCTO PLUS DE LLANOTOURS	52
FIGURA 17. DESTINOS TURÍSTICOS DE LLANOTOURS	54
FIGURA 18. PORTADA DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA DE LLANOTOURS S.A.S	56
FIGURA 19. MISIÓN Y VISIÓN DE LA AGENCIA DE TURISMO LLANERO - LLANOTOURS S.A.S	57
FIGURA 20. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LLANOTOURS S.A.S	58
FIGURA 21. VALORES DE LA EMPRESA - LLANOTOURS S.A.S	59
FIGURA 22. POLÍTICAS DE LA AGENCIA DE TURISMO LLANERO - LLANOTOURS S.A.S	60
FIGURA 23. LISTA DE PRODUCTOS AÑADIDOS AL PORTAL VIRTUAL DE LA AGENCIA DE TURISMO LLANERO LLANOTOURS S.A.S	61

FIGURA 24. APRECIACIÓN DE LOS PRODUCTOS YA CREADOS Y SUBIDOS AL PORTAL WEB DE LA EMPRESA	62
FIGURA 25. VISUALIZACIÓN DE LA VENTANA DEL CHAT, DEL PORTAL VIRTUAL DE LA EMPRESA	63
FIGURA 26. APARIENCIA DE LOS MENSAJES RECIBIDOS DEL CHAT DEL PORTAL WEB DE LA AGENCIA	64
FIGURA 27. VISTA DE 6 PRODUCTOS DISPONIBLES PARA LA COMPRA	65
FIGURA 28. ENTREGA DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA EN MEDIO MAGNÉTICO	71

INTRODUCCIÓN

Este documento contiene la propuesta para la realización de una pasantía como opción de grado para optar al título profesional en Administración de Empresas, la cual se realizará en Llanotours S.A.S; una agencia de turismo llanero que ofrece sus servicios a todas las personas interesadas en conocer los atractivos que posee el departamento del Meta. Esta agencia no solo oferta paquetes turísticos como: Visita a Caño Cristales, cabalgatas entre ríos y morichales, caminata ecológica, charlas ecológicas (por parte de autoridades ambientales), visita a parques temáticos y miradores, ríos más importantes, trayectos en canoa y campero. Sino que también cuenta con un plan donde se recorren los sitios más importantes del centro de Bogotá, “Monserate y algunos Museos”. Según (Chiavenato, Planeación estratégica, S.f)

“La planeación realizada en el nivel institucional de una empresa recibe el nombre de planeación estratégica. Los dirigentes, en el nivel institucional de la empresa, cumplen la tarea primordial de enfrentar la incertidumbre generada por los elementos incontrolables e imprevisibles desde el ambiente de tarea y el ambiente general. Al estar al tanto de las amenazas ambientales y las oportunidades disponibles para la empresa y desarrollar estrategias para enfrentar estos elementos ambientales, los dirigentes del nivel institucional requieren un horizonte temporal proyectado a largo plazo, un enfoque global que incluye la empresa como totalidad integrada por recursos, capacidad y potencialidad y, en especial, requieren tomar decisiones basadas en juicios y no sólo en los datos”.

El objetivo de la pasantía es diseñar la plataforma estratégica; que permita orientar a los clientes y a los funcionarios de la agencia, empoderándolos en sus valores y las políticas con las

que cuenta la misma. Finalmente brindará a Llanotours S.A.S credibilidad en los productos y servicios a suministrar a sus clientes.

La existencia de la plataforma estratégica le permitirá a la empresa Llanotours S.A.S tener un enfoque a largo plazo, debido a que en ella se encuentra una proyección de los lineamientos que se esperan. Además, se pretende que la plataforma estratégica contribuya a tener un incremento en la productividad de los empleados, porque de acuerdo a su contenido idearán cuales son los resultados que espera alcanzar la agencia. Existirá un entendimiento claro de lo que la empresa desea, ya que describe de manera sencilla y concreta lo que la agencia pretende alcanzar a corto, mediano y largo plazo. También es útil porque permite prevenir problemas, indicando a los colaboradores una idea de lo que se quiere conseguir. Por último, la plataforma estratégica permite lograr una disciplina por parte de los funcionarios de la agencia, dado que sirve como pauta para el buen manejo en los procesos de la operadora de turismo. (Argoti, 2016) afirma que:

“La planeación estratégica representa una guía de acción en el mediano y largo plazo, con el fin de alcanzar los objetivos y metas de la organización, teniendo en cuenta todos los recursos asignados (materiales, financieros, humanos, entre otros); es decir, como llegar a donde se quiere ir, y de la manera más óptima”.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Llanotours S.A.S hace 6 años es considerada una empresa legalmente constituida; hasta la fecha no cuenta con una plataforma estratégica y tampoco tiene roles definidos. Se pudo observar que en la empresa existe una falta de organización interna, principalmente porque no existe una forma estratégica para captar clientes; y todos los procesos que se usan en ese ámbito son muy informales; ha habido pérdida de clientes debido a que no hay una delegación de funciones y el gerente general asume todas las responsabilidades mostrando incompetencia. Para realizar esa función es necesario desarrollar varias tareas a la vez, indicando a los clientes el proceso que se debe realizar para ejecutar el pago y al mismo tiempo proceder con la articulación interinstitucional la cual abarca los siguientes ítems: (Transporte, ubicación de guías locales durante los recorridos y ubicación de sitios de provisiones alimenticias). Dentro de su desarrollo empresarial, la parte administrativa no se ha ocupado en darle un norte a la empresa, o en diseñar una plataforma estratégica que los dimensione en cuanto a cómo se ven, como están y hacia dónde van dirigidos. Esta empresa, requiere de una plataforma estratégica que le permita establecer el camino hacia mejores procesos. Debido a que cuando una organización no cuenta con una plataforma estratégica, hay incertidumbre hacia dónde se dirige, y así mismo hay mayores riesgos para disminuir los contratiempos, por lo cual es necesario incrementar la certidumbre para mejorar la calidad de los servicios y a su vez, lograr conseguir clientes.

Los niveles bajos de implementación de la planeación en las empresas; ocasionan confusión tanto para los clientes como para el personal de apoyo. La agencia de turismo llanero Llanotours S.A.S, no exhibe en sus instalaciones cuál es el objetivo de la constitución de la

empresa, y a su vez esto no genera fiabilidad para los usuarios, siendo benéfica la existencia de la plataforma estratégica, logrando con ello que la gestión administrativa sea mejor.

(Garcia, 2015) afirma lo siguiente:

“La planeación estratégica se puede definir como una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación”.

2. JUSTIFICACIÓN

Este proceso de pasantía, se realiza con el fin de contribuir a la mejora continua de las prácticas administrativas de Llanotours S.A.S, y a su vez para formarme como profesional y cumplir con los requisitos que exige la universidad.

Es importante destacar en cuanto a lo social, que si la agencia de turismo llanero Llanotours S.A.S soluciona su problemática organizacional, será una empresa competitiva y al hacerlo; sus ventas se incrementarán, prestará un mejor servicio generando empleos, consiguiendo al mismo tiempo que sus propietarios tengan mayores ingresos y a su vez, una mejor calidad de vida. Por otra parte, en cuanto a lo económico se refiere; si esta empresa logra estructurarse será competitiva; al lograrlo se disminuirán los costos y al disminuir los costos se incrementará la utilidad, respecto a lo político y conforme a las normas jurídicas, el estado se vería beneficiado; porque las agencias de turismo deberán tributar dado el caso, y el impuesto al valor agregado (IVA) estaría determinado por el monto de su comisión o remuneración; como aplica para la ley de la renta. Finalmente; y haciendo referencia al costo – beneficio, si ésta empresa maneja una constante estrategia de publicidad y promoción en sus productos apoyándose siempre en las redes sociales; incrementará el posicionamiento de la empresa aumentando la adquisición de sus servicios, con ello se ampliarán los márgenes de utilidad y a su vez las ventas serán mayores.

Principalmente, se pretende satisfacer la necesidad de organización de la cual carece la empresa, suministrando la plataforma estratégica la cual gozará de unas rutas o parámetros a seguir; que favorezcan a Llanotours S.A.S y orienten a los clientes sobre el proceder de la agencia, definiendo las directrices necesarias para el buen desempeño de las funciones en la

empresa, por medio de direccionamientos previamente recibidos y estudiados; con el propósito de que:

“sirvan como guía para disminuir las falencias internas y las amenazas que se presenten en el desarrollo de las labores de los trabajadores; teniendo en cuenta que la planeación estratégica representa un 70% del éxito que puede llegar a tener una organización. Además la plataforma estratégica representa un punto de partida para un excelente desempeño en las áreas de la empresa” (administración, S.f).

Las deficiencias que presenta la agencia de turismo llanero Llanotours S.A.S, en cuanto a la falta de organización interna, podría verse mejorada gracias a una mayor organización en la descripción de funciones de cada empleado; esto con el fin de tener pertenencia, eliminar conflictos y generar mayor concentración en las funciones a realizar obteniendo como resultado una mayor productividad. Y en cuanto a los niveles bajos de implementación de planeación, la empresa se vería beneficiada luego de la ejecución de este proceso; al definir un objetivo futuro donde se pretenderán encaminar los recursos y esfuerzos para lograr esos objetivos, es decir que no se desenfocarán del camino establecido dentro del nivel de la competitividad que tengan.

Por último, se puede decir que aquello que permite la plataforma estratégica es; distinguir una empresa de las demás, y así mismo generar compromiso y lealtad tanto para los empleados como para los clientes de la misma, logrando determinar la manera más adecuada de realizar las labores en la organización para alcanzar los resultados deseados.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar la plataforma estratégica de la Agencia de Turismo Llanotours S.A.S, como lineamientos estratégicos que permitan orientar el desarrollo de la organización para el año 2018.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el diagnóstico institucional de la empresa Llanotours S.A.S.
- Determinar los elementos que forman parte de la Plataforma estratégica desde la ciencia administrativa.
- Recopilar la información institucional pertinente para el diseño y propuesta de la plataforma estratégica para la agencia de turismo Llanotours S.A.S, 2018.
- Establecer los nuevos productos a través del portal virtual de la agencia.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de esta propuesta se tomó como referencia el aporte de (Gòmez, 2010), quien define que la planeación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro.

Cada organización es única porque sus principios, sus valores su visión, la filosofía de sus dueños, los colaboradores y los grupos con los que interactúan en el mercado son diferentes para todos. Esta diferencia se refleja precisamente en el propósito de la organización, el cual se operacionaliza en la visión.

La misión es, entonces, la formulación de los propósitos de una organización que la distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, sus productos, los mercados y el talento humano que soporta el logro de estos propósitos.

También se puede considerar, un proceso mediante el cual una organización define su negocio, la visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla, con base en el análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Supone la participación activa de los actores organizacionales, la obtención permanente de información sobre sus factores clave de éxito, su revisión, monitoria y ajustes periódicos para que se convierta en un estilo de gestión que haga de la organización un ente proactivo y anticipatorio. (Gòmez, 2010)

Mientras la estrategia empresarial se preocupa por "¿qué hacer?" para conseguir los objetivos empresariales propuestos, la planeación estratégica se orienta hacia el "¿cómo hacer?" y tiene en cuenta el diagnóstico sobre "lo que hay en el ambiente" y "lo que tenemos en la empresa".

A. El horizonte temporal de la planeación estratégica debe orientarse a largo plazo. En un ambiente estable, largo plazo puede referirse a cinco o más años; en un ambiente inestable y turbulento, largo plazo puede referirse máximo a doce meses e incluso estar sujeto a actualizaciones constantes. El aumento del nivel de incertidumbre obliga a que la planeación estratégica se torne más importante. Si hubiese certeza en todo, no habría necesidad de planeación. Ésta existe para dar un poco de coherencia y consistencia a los acontecimientos inciertos.

B. El diagnóstico de la situación actual de la empresa frente al ambiente externo y la identificación de las amenazas y oportunidades constituye el punto de partida para fijar los objetivos empresariales, incluso los de corto plazo y, en consecuencia, formular las alternativas estratégicas. El estrecho margen de maniobra de las empresas en un ambiente incierto obliga a que cualquier recetario deba ser flexible.

Las seis etapas de la planeación estratégica pueden intercambiarse y modificar su secuencia. El orden de los factores no altera el producto, puesto que existe una estrecha relación de interdependencia entre las etapas del proceso.

C. El proceso de elaboración de la planeación estratégica debe caracterizarse por canales de comunicación abiertos en todos los niveles de la empresa. Aunque la estrategia empresarial sea una responsabilidad del nivel institucional, esto no significa que la planeación estratégica esté centralizada en la cúpula de la organización, sino que, por el contrario, debe estar

descentralizada, puesto que quien mejor elabora la planeación es el propio gerente de línea, que conoce profundamente su área de actuación. Las metas no deben estar sólo en la mente del presidente, sino también en la mente de todos los miembros. El proceso de elaboración de la planeación debe contar con amplia e irrestricta participación de todos los niveles de la organización. La empresa debe responder a las amenazas y oportunidades ambientales de manera solidaria y unánime, apelando a un fuerte efecto sinérgico. La búsqueda y el mantenimiento del consenso entre los niveles y las diferentes áreas de la empresa deben ser constantes e intensivos, ya que no habrá tolerancia ambiental para los desperdicios y pérdidas inútiles resultantes de los conflictos interorganizacionales o intraorganizacionales que caracterizan la empresa sin rumbo definido.

D. El proceso de elaboración de la planeación debe iniciarse y desarrollarse de manera informal y espontánea: la planeación nunca debe ser un factor desencadenante del trabajo en equipo de la organización, sino la resultante de éste.

E. La planeación estratégica debe tener en cuenta todos los factores que, de manera integrada, deben constituir el comportamiento de la empresa. Este conjunto de factores se conoce como las siete eses, a saber:

Staff: el equipo, las personas que conforman la organización y su gerencia, el trabajo en conjunto.

Style: o estilo, comportamiento de los administradores y empleados y su ética de trabajo.

Skills: calificación, aquello que la empresa sabe y la manera como actúa, las habilidades y conocimientos de las personas.

Systems: los sistemas, estándares de comunicación de la organización entre la organización y su ambiente, búsqueda de sinergia e integración.

Structure: estructura organizacional, plano organizacional de la empresa, manera como la empresa se organiza para poner en práctica su estrategia.

Shared values: valores comunes y compartidos por las personas, la cultura organizacional, el modo de pensar o actuar del equipo que forma la empresa.

Superordinate goals: misión y jerarquía de objetivos, filosofía, vocación y finalidad de la organización.

De ahí se deriva la estrategia empresarial (strategy), es decir, la manera como la empresa se comporta en su medio ambiente, en función de estos siete factores.

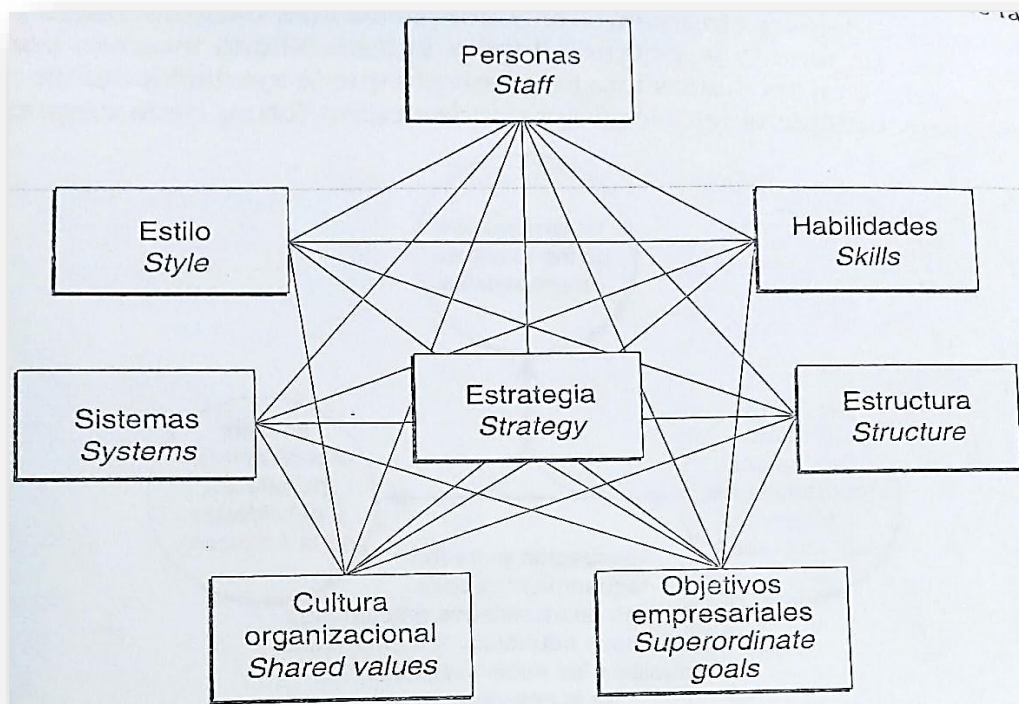


Figura 1. Los siete factores que condicionan el comportamiento de la empresa.

Fuente: Idalberto Chiavenato

La integración de estos factores entre sí y con el ambiente específico de la empresa determina el comportamiento frente a las oportunidades o los desafíos. Este comportamiento se torna más eficaz a medida que la empresa aprende a mejorarlo con la repetición. El aprendizaje organizacional permite el mejoramiento continuo del desempeño y la corrección de los errores o fallas.

Estos siete factores son interdependientes y, en conjunto, proporcionan un efecto sinérgico que representa la ventaja competitiva de la empresa en el escenario de sus operaciones. La planeación estratégica debe tener en cuenta estos factores, su interacción y su efecto sinérgico.

Los estrategas seleccionan alternativas estratégicas utilizando un enfoque situacional en la planeación de primera generación (nivel institucional) y multiplican los conjuntos de alternativas en la planeación de segunda generación dentro de enfoques mecanicistas graduales. Esto significa que mientras la planeación estratégica (realizada en el nivel institucional) es orgánica y situacional, la planeación táctica (realizada en el nivel intermedio) y la planeación operacional (realizada en el nivel operacional) tienden a ser cada vez más mecanicistas y rígidas.

Por otra parte, en cuanto a clases de política y nivel en que funciona, la política puede ser:

A. Global de la empresa: desarrollada en el nivel institucional, se relaciona con aspectos globales de la empresa. Las demás políticas deberán adecuarse a ella. Es el caso de la política relacionada con los accionistas, clientes, proveedores, competidores, empleados, etc.

B. Política administrativa: desarrollada en el nivel intermedio, se relaciona con aspectos internos de la empresa. Es el caso de la política de producción, mercadológica, financiera, de mantenimiento, etc.

C. Política operacional: desarrollada para que la ponga en práctica el nivel operacional de la empresa. Se refiere a aspectos específicos de la actividad empresarial, como la política de reducción de costos, de compras, de salarios, de control de calidad, admisión, etc. Dependiendo del caso, algunas políticas operacionales pueden convertirse en políticas administrativas o incluso globales, si son importantes para los negocios de la empresa. Es el caso del control de calidad en empresas que comercializan sus productos promocionando la calidad garantizada.

4.2. MARCO CONCEPTUAL

Para la realización de la pasantía profesional se deben manejar términos específicos para cumplir con el producto; éstos términos son cruciales para poner en contexto el desarrollo de la pasantía. A continuación, se mostrarán los conceptos básicos de los temas que se manejarán.

- **Direccionamiento estratégico:** son los elementos filosóficos corporativos de una organización. (Misión, Visión, Objetivos, Políticas, Principios, etc.)
- **Misión:** indica cual es la razón de ser de la empresa, define a que se dedica.
- **Visión:** es hacia dónde quiere ir la organización en un tiempo establecido.
- **Objetivos:** es la manifestación de un propósito y una finalidad.
- **Metas:** son aspiraciones que las organizaciones quieren cumplir ya sea a largo, mediano o corto plazo.
- **Políticas:** son lineamientos que se deben llevar a cabo para cumplir los objetivos de la organización.
- **Estrategias:** son acciones que se realizan para llevar a cabo un objetivo.
- **Anato:** es una entidad encargada de representar, defender y promocionar los intereses generales del turismo y de las agencias de viajes en Colombia.
- **Articulación interinstitucional o Redes institucionales:** hace referencia a las instituciones que se unen en un proceso de trabajo, para satisfacer necesidades de terceros.

- **Booking:** es un término que se refiere a una reserva no confirmada, porque depende de unos cupos establecidos.
- **Establecimiento de alojamiento y hospedaje:** se refiere a un lugar donde se presta el servicio de hospedaje por un tiempo inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos o complementarios de alojamiento, mediante el contrato de hospedaje.
- **Operador turístico:** es aquella empresa que ofrece productos o servicios turísticos, contratados por él, e integrando: transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc.
- **Huésped:** es la persona que se aloja en un establecimiento de alojamiento y hospedaje.
- **Planeación:** consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que lo orientarán, la secuencia de operaciones, las determinaciones de tiempos y de números para su realización.
- **Planeación Estratégica:** se refiere a aquella que constituye planeación a largo plazo, y entiende a la organización como un todo. Aquí, los administradores deben detectar qué debe realizar la organización para tener éxito en un lapso de tiempo de 3 y 5 años hacia el futuro.
- **Reserva garantizada:** hace alusión, a una reserva solicitada por una persona para uno o varios huéspedes en un establecimiento de alojamiento y hospedaje para una fecha determinada, que implica el compromiso que adquiere el establecimiento de garantizar el alojamiento y el huésped de ocuparla, a través de un medio de pago de garantía aceptado según las condiciones pactadas.
- **Turismo:** son aquellas actividades que los seres humanos realizan cuando viajan y permanecen de corrido, por el término de menos de un año fuera de su entorno habitual, con un fin preferentemente vacacional y de ocio.

4.3.MARCO GEOGRÁFICO



Figura2.Toma aérea la Tonga, Hotel campestre en la Ciudad de Villavicencio, (Meta-Colombia). Datos del mapa @2018 google maps.

Llanotours S.A.S es una agencia de turismo llanero que posee como área principal de servicio, los destinos turísticos de la región de la Orinoquía. Para el desarrollo de la pasantía se cuenta con apoyo de la infraestructura del hotel campestre la Tonga, ubicado a dos kilómetros del anillo vial por la carretera del amor o corredor ecológico universitario en la ciudad de Villavicencio, capital del departamento del Meta, más exactamente situada en el piedemonte de la cordillera oriental, al noroccidente del departamento. El Meta cuenta con 1.016.672 habitantes, para una superficie de 85.635 km².

4.4. MARCO NORMATIVO

En Colombia el marco legal respecto al turismo está regido por políticas, normas, decretos y leyes que se deben tener en cuenta; entre las cuales se destacan:

1. **ISO 14001, Política ambiental:** la norma se puede aplicar a cualquier organización que quiera implementar un sistema de gestión ambiental y quiera certificarse por una organización externa.
2. **ISO 9001, política de calidad:** esta política recoge el compromiso de cumplir con los requisitos del cliente; normativos y reglamentarios. Además de incluir en la política este compromiso, debe demostrar que conoce todos estos requisitos, mediante encuestas o entrevistas con los clientes, por subscripción con alguna entidad que le informe periódicamente sobre las últimas normativas y reglamentos.
3. **Norma Técnica Sectorial (NTS):** esta norma especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH).
4. **Ley 679 de 2001:** esta ley tiene por objeto dictar medidas de protección contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso sexual con menores de edad, mediante el establecimiento de normas de carácter preventivo y sancionatorio, y la expedición de otras disposiciones en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.
5. **Ley 9 de 1979:** para la protección del medio ambiente, la ley establece:
 - a) Las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar y mejorar las condiciones sanitarias en lo que se relaciona a la salud humana.

- b) Los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente.
- c) Para los efectos de aplicación de esta ley, se entenderán por condiciones sanitarias del ambiente las necesarias para asegurar el bienestar y la salud humana.

6. Decreto 522 de 1971 – sobre contravenciones especiales, competencia y procedimiento de Policía “Artículo 124”. Compete a los comandantes de estación y de subestación imponer el cierre temporal de establecimientos abiertos al público:

Quando el dueño o administrador del establecimiento patrocine o tolere el uso o consumo de marihuana, cocaína, morfina o cualquiera otra droga, sustancia estupefaciente o alucinógena, sin perjuicio de la sanción penal a que hubiere lugar”.

4.5. MARCO INSTITUCIONAL



Figura 3. Logo de la Agencia de turismo llanero - LLANOTOURS S.A.S.

El funcionamiento de esta empresa fue planeado en el año del 2012, y a su vez matriculada en marzo del mismo año. Esta agencia de turismo llanero se encuentra actualmente direccionada por dos socios: Jesús Edison Urrea Duque y Julián Andrés Rosas Ospina; el primero es experto en turismo llanero al cual le corresponde el 51% de acciones de la empresa, el segundo es profesional en ingeniería de sistemas, y experto en comercio digital; a este último le corresponde el 49% restante de las acciones de la agencia.

Fue hasta mediados del año 2017, que esta empresa tuvo su espacio físico para abrirse al público, inicialmente lo hizo a las afueras de Villavicencio, en el km 3 vía a Restrepo, aeropuerto vanguardia hangar sadelca; en dicho lugar esta agencia de turismo llanero tuvo un periodo de permanencia de 5 meses.

Actualmente la oficina se encuentra ubicada en un hotel campestre, debido a que uno de los socios tiene a cargo su administración. Este hotel es llamado la tonga y se encuentra ubicado a dos (2) kilómetros del anillo vial; por la carretera del amor o corredor ecológico universitario.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

Este trabajo de pasantía se desarrolló por medio de un asesoramiento profesional y reciproco en dinámica de análisis y propuestas de los productos finales a la agencia de turismo llanero Llanotours S.A.S y la Universidad de los Llanos, a partir de todo lo que corresponde a investigación y aplicabilidad directa de la disciplina profesional del turismo llanero.

5.1. Metodología: la presente pasantía se desarrolló mediante un trabajo cualitativo; puesto que, para su realización, sería necesaria la observación, la investigación, la etapa experimental y por último el desarrollo.

5.2.Método de estudio deductivo: porque se inició con la observación y los hechos, para establecer verdades particulares de la situación general de la empresa.

5.3.Tipo de estudio descriptivo: porque se identificaron las características del objeto de investigación, señalando comportamientos y descubriendo asociaciones entre variables.

5.4. Población: la empresa cuenta con dos socios y dos empleados. De los cuales, uno es experto en turismo y el otro en comercio digital. Apoyados por dos estudiantes; las cuales son: administradora de empresas, y mercadóloga, que actualmente se encuentran en proceso de pasantía.

5.5. Fuentes de información

Primarias: se utilizó información proveniente de reuniones, talleres de recopilación y de construcción participativa con los socios de la agencia, para conocer sus opiniones y el direccionamiento que pretenden darle a la empresa.

Secundarias: se investigó en páginas de internet, libros, e investigaciones de proyectos relacionados con plataformas estratégicas.

5.6. Técnicas

Para el objetivo número 1: se presentará a manera de tablas de relación; el diagnóstico institucional de la empresa, mostrando las categorías, los precios, el público objetivo con su respectivo análisis y la principal fortaleza que posee la empresa en el sector turístico.

Para el objetivo número 2: se determinaron los elementos que forman parte de la Plataforma estratégica desde la ciencia administrativa para el año 2018, inspeccionando los informes de la empresa, los documentos y haciendo revisiones bibliográficas.

Para el objetivo número 3: se recopiló la información institucional pertinente, para el diseño y propuesta de la plataforma estratégica para la agencia de turismo Llanotours S.A.S, mediante talleres de discusión y participación activa de los empleados.

Para el objetivo número 4: se desarrollaron las estrategias para el planteamiento y desarrollo de los elementos de la plataforma estratégica de la agencia de turismo Llanotours S.A.S, mediante recopilación, análisis, y proceso de síntesis de la información recopilada en los procesos que se definirán en los elementos de la plataforma.

5.7. Desarrollo: corresponde a la entrega final del producto.

6. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

6.1. DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA LLANOTOURS S.A.S

Llanotours S.A.S es una agencia de turismo que fue planeada en el año del 2012, y a su vez matriculada en marzo del mismo año, se enfoca principalmente en el turismo llanero y en dar a conocer al mundo lugares maravillosos e inexplorados.

TABLA 1 PORTALES DE COMPETIDORES DIRECTOS, A TRAVÉS DE LOS CUALES TAMBIÉN SE OFRECEN SERVICIOS DE TURISMO EN LA REGIÓN

EMPRESA	SITIO WEB
Agencia de viajes Esencia llanera	http://www.esenciallanera.com
Agencia de viajes y turismo reyes tours	http://www.reyestours.com/staf.php
Swiss Andina Turismo	http://www.swissandina.co
Odretours	https://odretours.com/eco-turismo/
Ecolombia Tours	http://www.ecolombiatours.com
Vimonta viajes de montaña S.A.S	https://cano-cristales.travel
Turismo al vuelo	https://www.turismoalvuelo.com
Caño cristales el río de los cinco colores	http://www.cano-cristales.com
Aviatur	https://www.aviatur.com
Viajes oxígeno turismo y ecoturismo	http://www.viajesoxigeno.com/

Como se puede observar en la tabla anterior, diversas agencias de diferentes partes del país, ofrecen planes a caño cristales; pero principalmente se enfocan en ese único destino, sin tener en cuenta la diversidad de sitios turísticos que posee nuestro departamento, lo cual le permite a Llanotours S.A.S tener una gran fortaleza en el sector turístico.

A continuación, se relacionan algunos datos de la agencia de turismo llanero LANOTOURS S.A.S.

TABLA 2 CATEGORÍAS QUE OFERTA LA AGENCIA

CATEGORÍAS
Caño Cristales
Cañón del río Güejar
Piscinas del Güejar
Cabalgatas ecológicas
Trabajo de llano
Deportes de aventura
Termales
Parques temáticos
Avistamiento de aves
Tinigua salto del mico
Ruta gastronómica
Rutas llaneras

Rumba y folclor

En la tabla anterior se observan las categorías o atractivos de los destinos que ofrece la agencia de turismo llanero - Llanotours S.A.S, pertenecientes en su totalidad a la región de la Orinoquía.

TABLA 3 PRODUCTOS Y PRECIOS QUE MANEJA LA EMPRESA

PRODUCTO	TARIFAS
	AÑO 2018
Cascada	\$78.750
Trabajo de llano - llanero por un día	\$94.500
Cabalgatas y trabajo de llano	\$42.000
Pasadía Bogotá y sus museos	\$102.900
Noches llaneras	\$50.400
Llano bus	\$493.500
Tour llanos orientales - 4 noches, 5 días con caño cristales	\$1.679.900
Plan caño cristales – 3 días, 2 noches	\$1.569.750
Ruta piedemonte llanero	\$105.000
Ruta amanecer llanero	\$136.500
Ruta del embrujo llanero	\$126.000

Circuito Amanecer en el piedemonte llanero	\$913.500
--	-----------

En la anterior tabla se pueden observar los planes que oferta la agencia de turismo llanero Llanotours S.A.S, en la cual se evidencia que los precios de los paquetes oscilan entre \$40.000 siendo el costo más bajo y \$1.599.900 el producto del valor más alto.

TABLA 4 PÚBLICO OBJETIVO PARA CAÑO CRISTALES

POBLACIÓN	PORCENTAJE
Extranjeros	75%
Población nacional	25%

Como se puede observar en la tabla anterior; para los extranjeros caño cristales es un gran atractivo que supera en un alto porcentaje la actividad viajera de la población nacional. Esto debido a que la población extranjera desconoce la geografía de los llanos orientales, y a su vez le es llamativa esta región. Por otra parte; la razón por la que la población nacional posee un bajo porcentaje, se debe a que prefieren conocer los sitios turísticos de otros departamentos distinguidos, y el río de los cinco colores; caño cristales solo les parece un maravilloso lugar al que es muy difícil y costoso llegar.

6.2. FICHAS DESCRIPTIVAS DE LOS PRODUCTOS

6.2.1. FIGURA 4. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; CASCADA

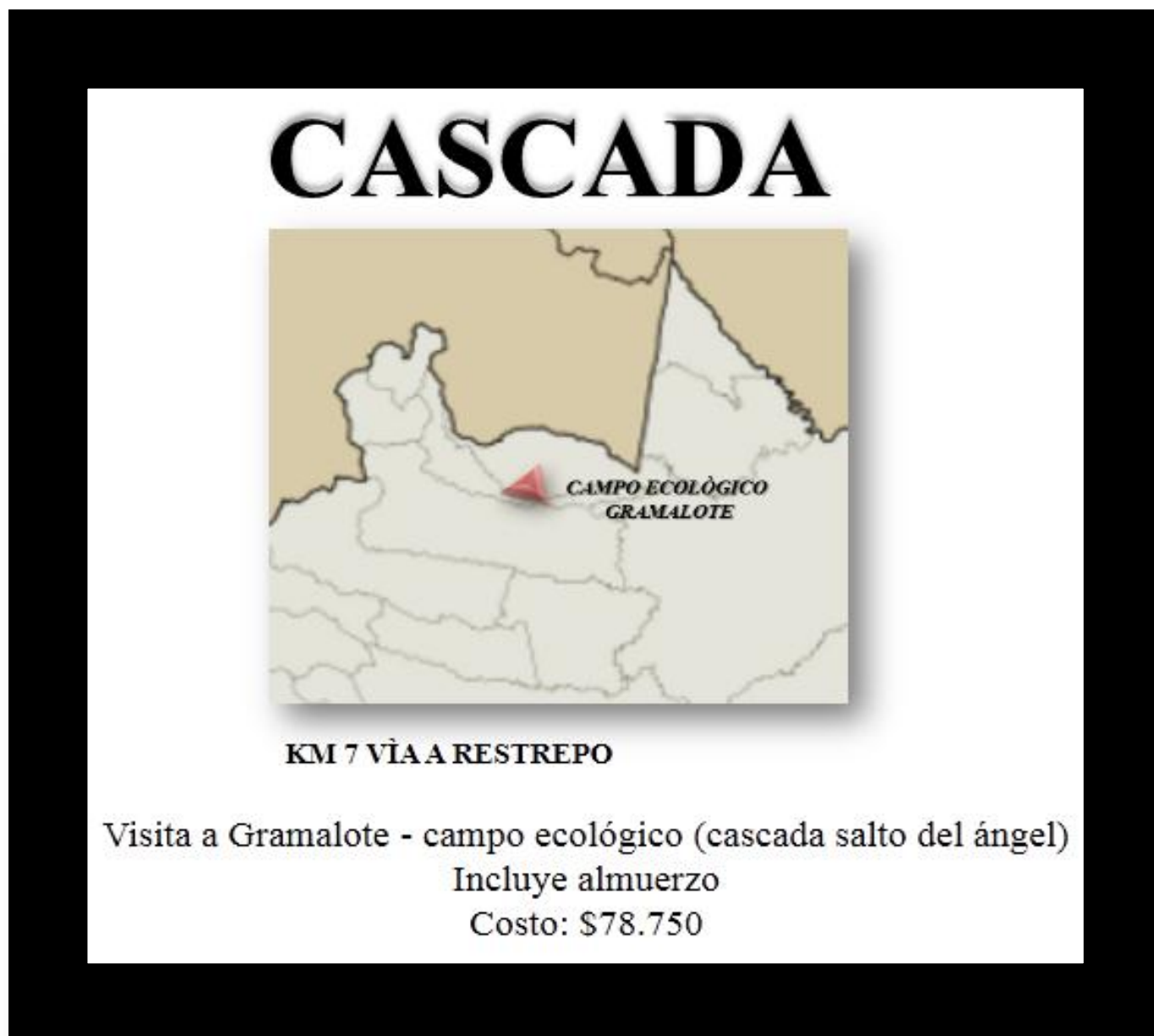


Figura 4. Descripción del producto cascada; elaboración propia.

6.2.2. FIGURA 5. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; TRABAJO DE LLANO – LLANERO POR UN DÍA

TRABAJO DE LLANO-LLANERO POR UN DÍA



KM 7 VÍA A RESTREPO

Visita a Gramalote - campo ecológico
actividades de llano a 5 minutos de Villavicencio
Incluye almuerzo
Costo: \$94.500

Figura 5. Descripción del producto trabajo de llano – llanero por un día; elaboración propia.

6.2.3. FIGURA 6. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; CABALGATAS Y TRABAJO DE LLANO

CABALGATAS Y TRABAJO DE LLANO



KM 7 VÍA A RESTREPO

Visita a gramalote - campo ecológico

Ensillado de caballos

Recorrido de la cascada

Arreo de ganado

Costo: \$42.000

Figura 6. Descripción del producto cabalgatas y trabajo de llano; elaboración propia.

6.2.4. FIGURA 7. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; PASADÍA BOGOTÁ Y SUS MUSEOS



Figura 7. Descripción del producto pasadía Bogotá y sus museos; mapa Google Maps.

6.2.5. FIGURA 8. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; NOCHES LLANERAS

NOCHES LLANERAS



KM 10 VÍA PUERTO LÓPEZ

Restaurante show (gastronomía y folclor). “músicos en vivo y parejas de baile”, bufete llanero (gastronomía llanera en el hotel heliconias del llano). Carne a la perra (carne adobada y asada en el mismo cuero de la res, cocida en un hoyo en la tierra), carne a la llanera, mamona, hayacas, envueltos de maíz, envueltos de arroz, amarillo a la monseñor.

Horario: 7pm a 10 pm

Costo: \$50.400

Figura 8. Descripción del producto noches llaneras; elaboración propia.

6.2.6. FIGURA 9. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; LLANO BUS

LLANO BUS




KM 10 VÍA PUERTO LÓPEZ

3 noches, 4 días en hotel campestre de Villavicencio
Licores de 2 pm a 10 pm, transporte Bogotá, hotel - Bogotá
Recepción: mirador don yo. Desayunos, almuerzos y cenas tipo buffet, snacks pm, show time todas las noches, asistencia médica.
Salidas: Miércoles y domingos
Costo: \$493.500

Figura 9. Descripción del producto llano bus; elaboración propia.

6.2.7. FIGURA 10. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; TOUR LLANOS ORIENTALES 4 NOCHES – 5 DÍAS CON CAÑO CRISTALES

**TOUR LLANOS ORIENTALES 4 NOCHES – 5 DÍAS
CON CAÑO CRISTALES**



1 noche en Villavicencio, 3 noches en la macarena, recepción en el hotel campestre heliconias.

Día 1. City tour por los lugares más representativos de la ciudad de Villavicencio, Karaoke y rumba en el hotel

Día 2. Villavicencio – la macarena – caño piedra, almuerzo y charla ecológica por parte de las autoridades ambientales

Día 3. Caño cristales, trayecto en canoa sobre el río guayabero, caminata ecológica, llegada a caño cristales (recorrido).

Día 4. Visita a caño cristalitos

Día 5. Ciudad de piedra, raudales o caño canoa (según permiso de cormacarena)

Traslado al aeropuerto - vuelo hacia Villavicencio

Costo: \$1.679.900

Figura 10. Descripción del producto tour llanos orientales 4 noches – 5 días con caño cristales; elaboración propia.

6.2.8. FIGURA 11. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; PLAN CAÑO CRISTALES – 3 DÍAS, 2 NOCHES

PLAN CAÑO CRISTALES – 3 DÍAS, 2 NOCHES



Día 1. Villavicencio – la macarena – caño piedra

Día 2. Caño cristales; inicio del recorrido, trayecto en canoa sobre el río guayabero, trayecto en campero hacia el manantial del cajúche, caminata (20-40 min) llegada a caño cristales.

Día 3. Visita a caño cristalitos, ciudad de piedra, raudales o caño canoa, según permiso de cormacarena

Traslado al aeropuerto, vuelo hacia Villavicencio

Costo: \$1.569.750

Figura 11. Descripción del producto plan caño cristales – 3 días, 2 noches; elaboración propia.

6.2.9. FIGURA 12. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; RUTA PIEDEMONTE LLANERO

RUTA PIEDEMONTE LLANERO



8 am Llegada a la hacienda ecoturística tiuma park
9 am Parque temático las malocas, actividades manga de coleo, pueblito llanero
11 am Bioparque los ocarros
2 pm Restrepo
3 pm Cumaral
4 pm Regreso a Villavicencio
Costo: \$105.000

Figura 12. Descripción del producto ruta piedemonte llanero; elaboración propia.

6.2.10. FIGURA 13. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; RUTA AMANECER LLANERO

RUTA AMANECER LLANERO



9 am Tiuna park

11 am Cultivos de arroz y palma africana, molinos, patios petroleros, caña, maíz para biodiesel, carne y ganaderías puras de alta genética.

12 pm Río Meta – puerto Carreño vichada

1 pm Almuerzo

2:30 pm parque avestruces

4 pm Alto menegua

6 pm Villavicencio

Costo: \$136.500

Figura 13. Descripción del producto ruta amanecer llanero; elaboración propia.

6.2.11. FIGURA 14. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; RUTA DEL EMBRUJO LLANERO

RUTA DEL EMBRUJO LLANERO



8 am Ruta del Guaviare; pasando por la vereda la cuncia
9:30 am Acacias, manga de coleo, complejo ganadero, parque de las iguanas
11 am Breve city tour por la población
11:30 pm Río humadea, almuerzo, se continúa recorriendo la cuenca del río ariari
12 pm San Martín de los llanos
1 pm Granada Meta, río ariari, city tour, descanso en las rivera del río ariari
2:30 pm Río humadea
5:30 pm La cuncia, degustación de chorizos
6:30 Villavicencio
Costo: \$126.000

Figura 14. Descripción del producto ruta del embrujo llanero; elaboración propia.

6.2.12. FIGURA 15. FICHA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO; CIRCUITO AMANECER EN EL PIEDEMONTE LLANERO

CIRCUITO AMANECER EN EL PIEDEMONTE LLANERO



Día 1 Salida de Bogotá desde el punto éxito esperanza, entrando por la vía antigua para apreciar el atardecer en el mirador don yo, hospedaje en el hotel gramalote

Día 2 City tour por la ciudad de Villavicencio con guía local

Día 3 Salida hacia la hacienda ecoturística tiuma park, ruta del amanecer llanero hasta puerto lópez, Hospedaje en el hotel bahía cadi

Día 4 Salida para puerto Gaitán, desembarque en una lancha hacia la desembocadura del río manacacías en el río meta

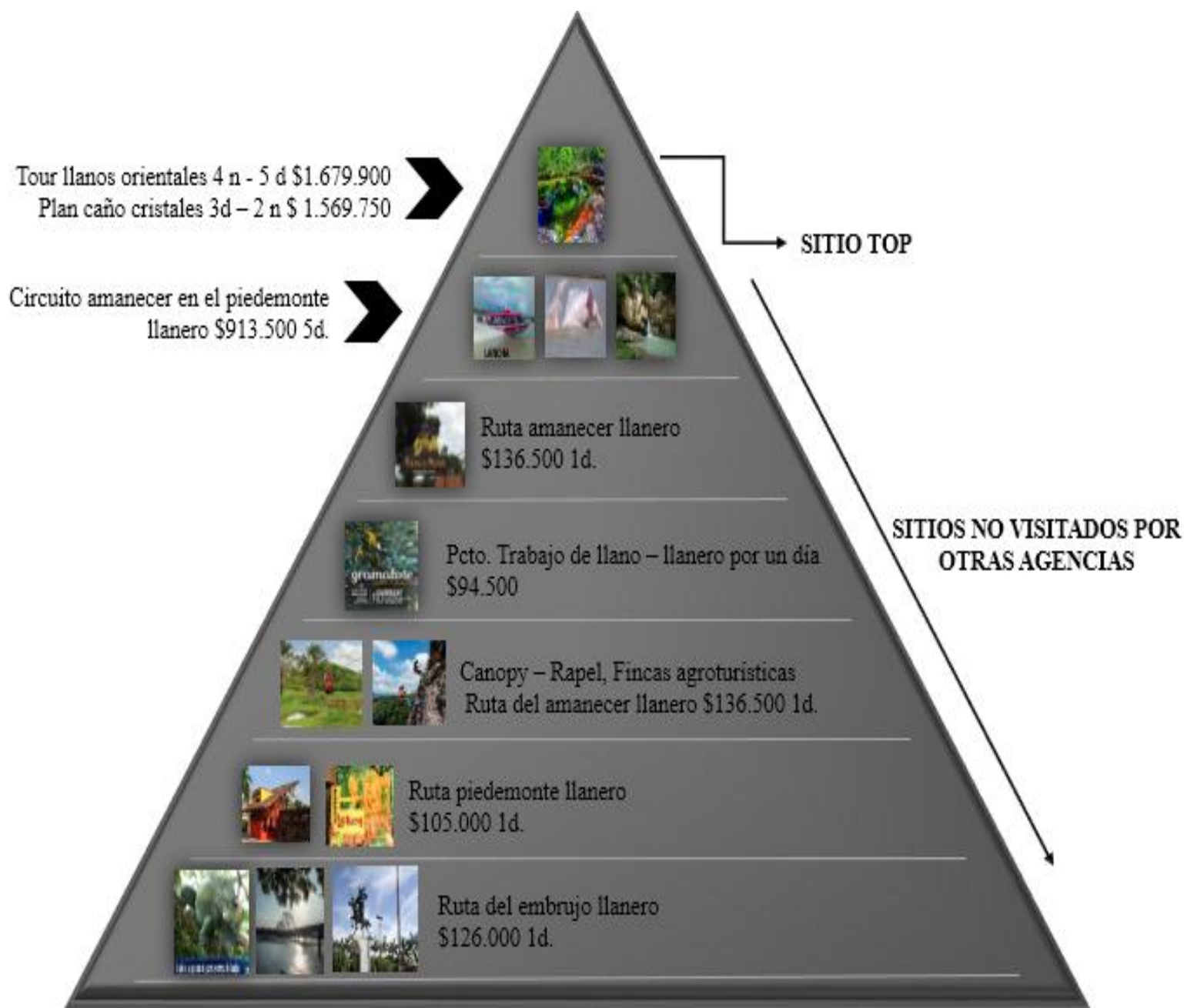
Día 5 Salida hacia barranca de upiá, visita a las termas de aguas calientes, cabalgata en el campo ecológico gramalote.

Salida para Bogotá hacia las 5 pm

Costo: \$913.500

Figura 15. Descripción del producto circuito amanecer en el piedemonte llanero; elaboración propia.

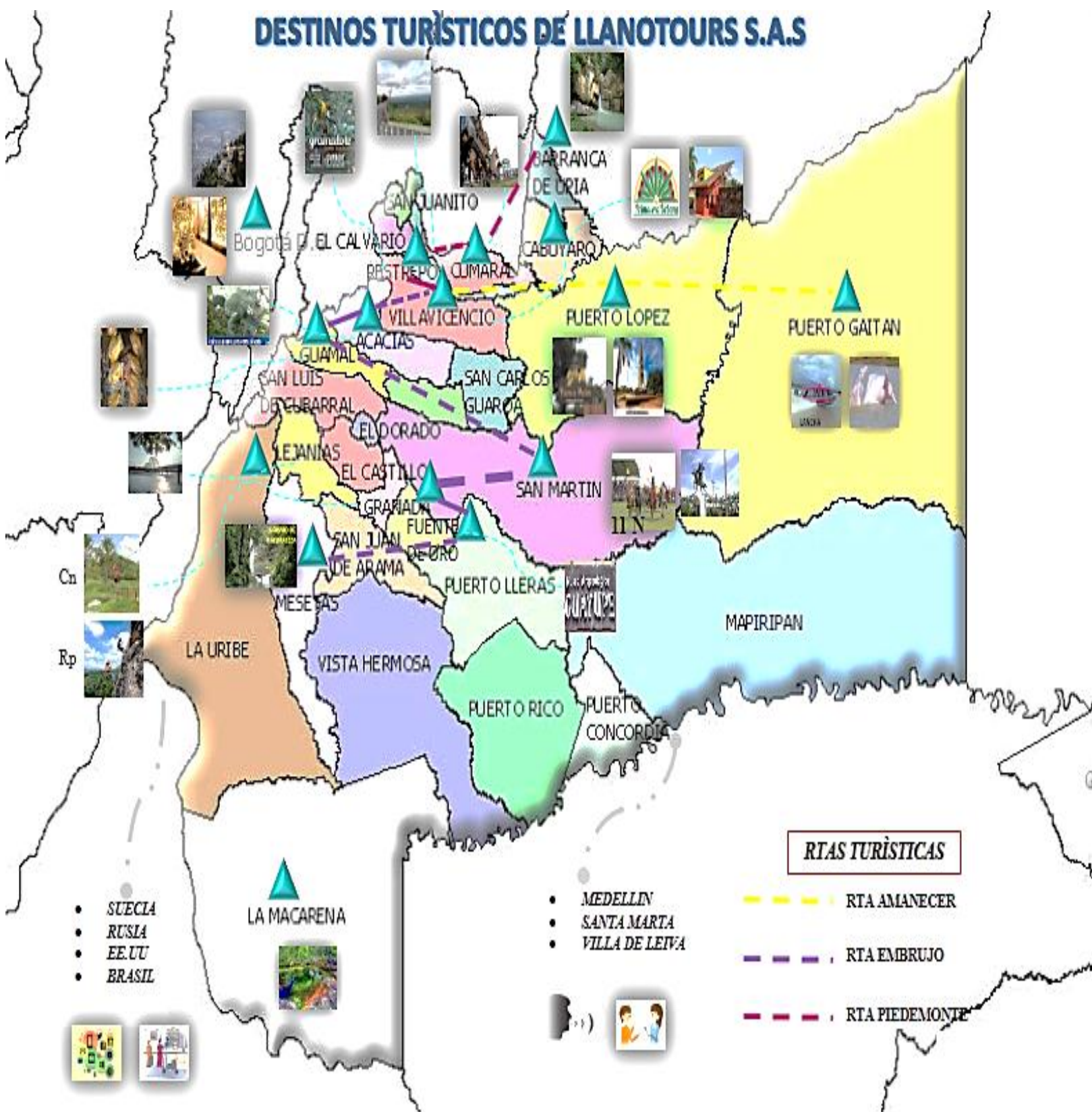
6.3. FIGURA 16. OTROS PORTALES DE INTERNET DONDE TAMBIÉN OFERTAN EL PRODUCTO PLUS DE LLANOTOURS, PERO EN SU MAYORÍA NO INCLUYEN LOS OTROS SITIOS QUE SON ECONÓMICAMENTE BAJOS



La anterior figura, da a conocer que el sitio top de las agencias de turismo; es caño cristales el río de los cinco colores; denominado así porque en él se reflejan los colores (amarillo, azul,

rojo, verde y negro); pero esas agencias sólo se enfocan en ese atractivo del departamento del Meta; pasando por alto el avistamiento de delfines rosados en el municipio de Puerto Gaitán, la práctica de canopy y rapel en fincas agroturísticas, las actividades de viaje a lo desconocido del parque Tiuna Park, la cabalgata entre ríos y morichales en el campo ecológico Gramalote y demás atractivos que poseen los sitios turísticos de nuestro departamento del Meta.

6.4. FIGURA 17 DESTINOS TURÍSTICOS DE LLANOTOURS S.A.S



En la figura anterior se puede observar que la agencia de turismo llanero Llanotours S.A.S, oferta dentro de sus productos 15 de los 29 municipios que posee el Departamento del Meta.

“Los triángulos azules señalan los destinos turísticos”.

Además de los 15 municipios; se encuentra la ciudad de Bogotá D.C, donde también se ofertan algunos productos principales. Por otra parte, las líneas entrecortadas que se encuentran ubicadas al interior del mapa, hacen referencia a las rutas turísticas que posee el departamento, con la respectiva ubicación de los municipios por los cuales cruza, dando una breve explicación en la parte inferior derecha de la imagen.

7. ELEMENTOS QUE FORMAN PARTE DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA DESDE LA CIENCIA ADMINISTRATIVA

7.1. PORTADA DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA - AGENCIA DE TURISMO
LLANERO LLANOTOURS S.A.S.



Figura 18. Portada de la plataforma estratégica de Llanotours S.A.S

7.1.1. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL DISEÑO Y PROPUESTA DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA PARA LA AGENCIA DE TURISMO LLANERO LLANOTOURS S.A.S

7.1.2. MISIÓN Y VISIÓN DE LLANOTOURS S.A.S

Para la elaboración de la MISIÓN y la VISIÓN se llevaron a cabo reuniones con los gerentes de la empresa; los cuales intervinieron y a su vez se debatieron los principales elementos. Como resultado a las asistencias tenemos:



Figura 19. Misión y Visión de la agencia de turismo llanero - Llanotours S.A.S

7.1.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LLANOTURS S.A.S

Para la construcción de los OBJETIVOS ESTRATÉGICOS se contó con la intervención y el apoyo de los socios de la empresa, como resultado a las asistencias tenemos:

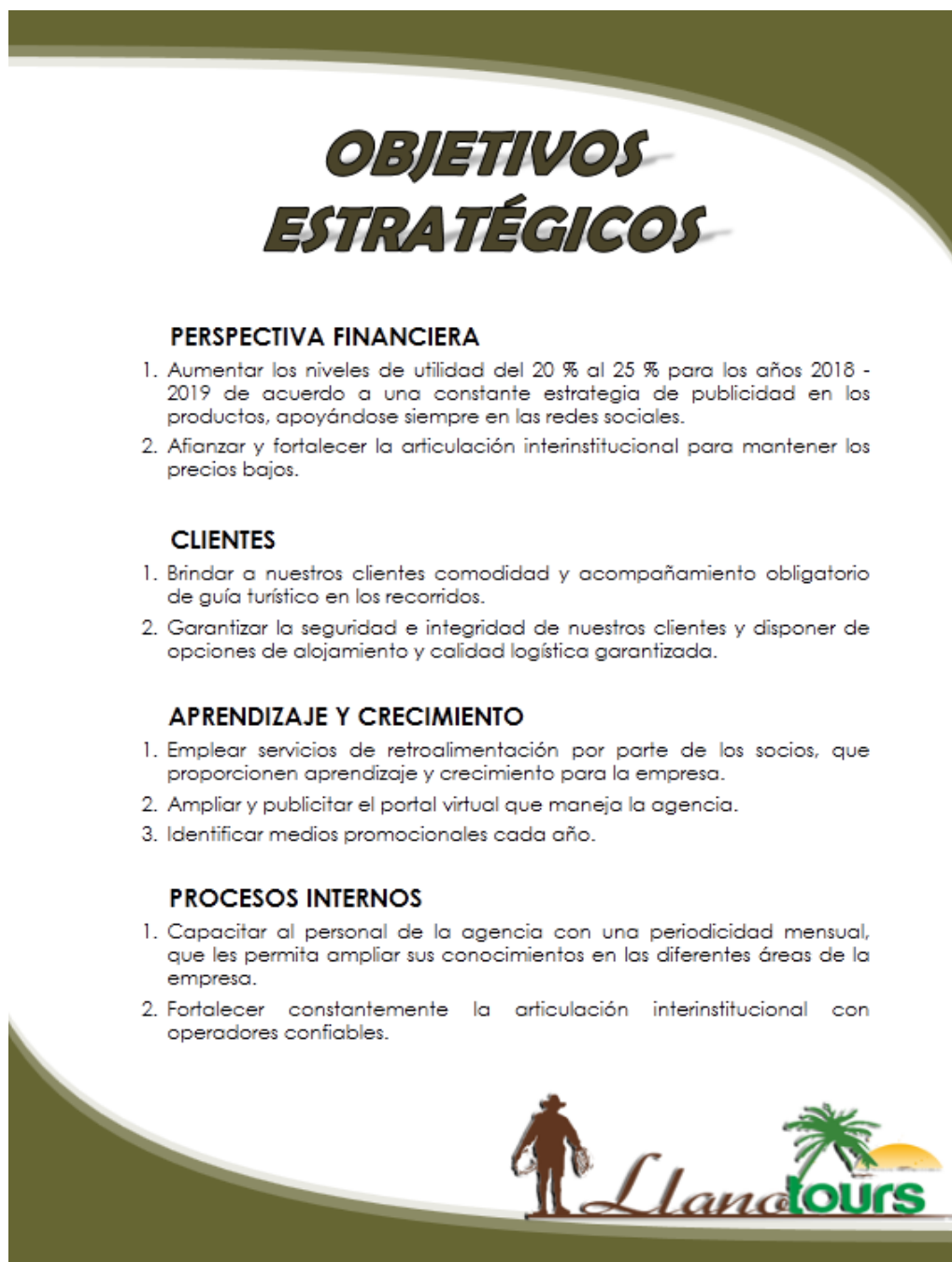


Figura 20. Objetivos estratégicos de la empresa Llanotours S.A.S.

7.1.4. VALORES DE LLANOTOURS S.A.S

Para la realización de los VALORES de la agencia de turismo llanero Llanotours S.A.S, se llevaron a cabo reuniones con el gerente comercial y representante legal de la empresa, los cuales participaron y a su vez hicieron modificaciones, como resultado a las asistencias se obtuvo:



Figura 21. Valores de la operadora de turismo - Llanotours S.A.S

7.1.5. POLÍTICAS DE LLANOTOURS S.A.S

Para la creación de las POLÍTICAS se contó con la asistencia de los socios de la empresa, los cuales intervinieron realizando aportes y modificaciones, como resultado a las asistencias tenemos:

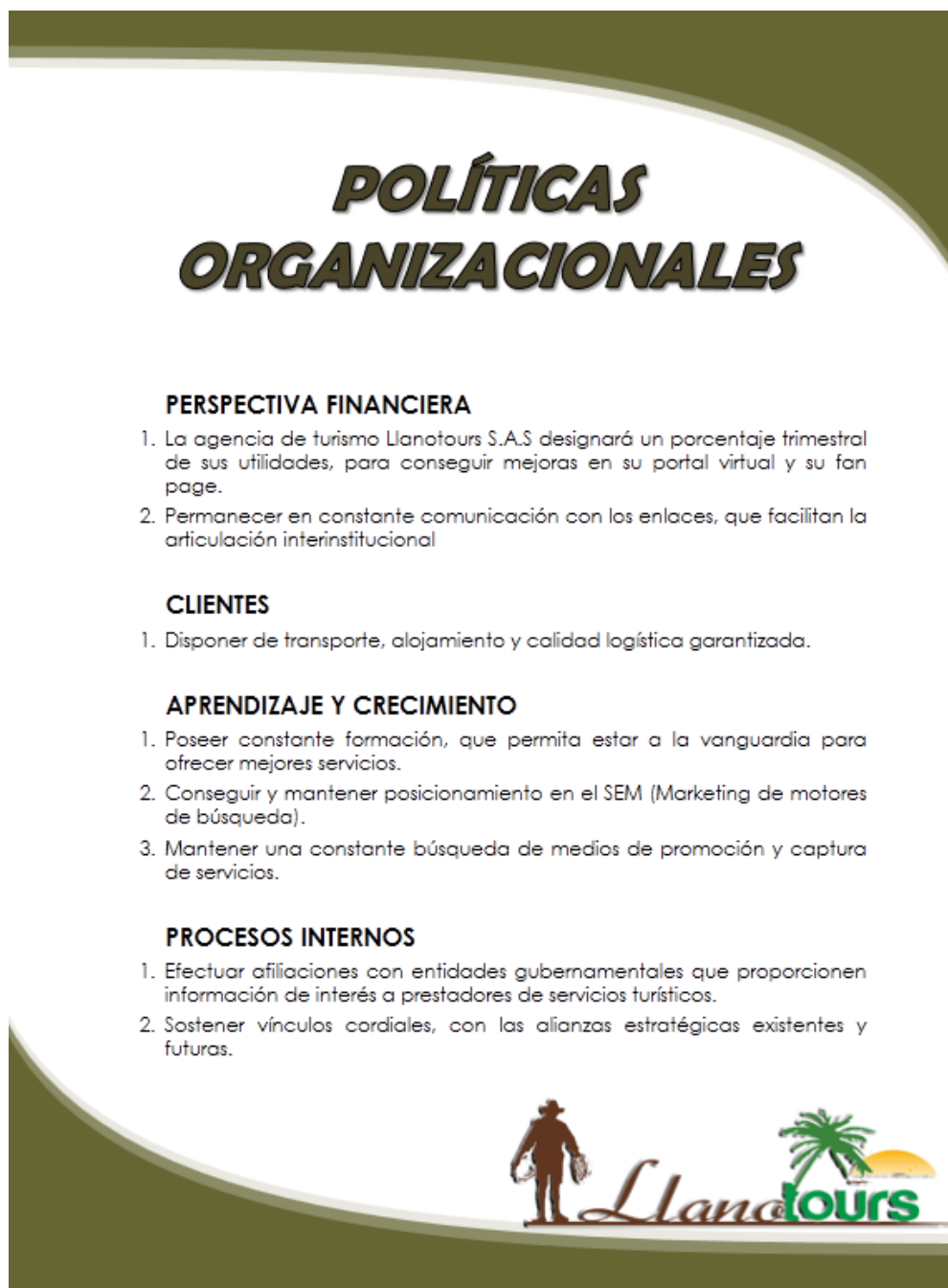


Figura 22. Políticas de la agencia de turismo Llanero - Llanotours S.A.S

8. NUEVOS PRODUCTOS ESTABLECIDOS A TRAVÉS DEL PORTAL VIRTUAL DE LA AGENCIA DE TURISMO LLANOTOURS S.A.S

Productos [Añadir nuevo](#) [Importar](#) [Exportar](#)

Sorry, but you do not have the correct permissions to update the [Contact Form 7](#) and [MailChimp for WordPress](#) plugins. Contact the administrator of this site for help on getting the plugins updated.
[Dismiss this notice](#)

Todos (12) | Publicadas (12) | Papelera (1) | Orden

Acciones en lote ▼ Aplicar Filtrar por categoría ▼ Filtrar por tipo de produc ▼ Todos los resultados SEO ▼ Todas las puntuaciones d ▼ Filtrar 11 elementos

<input type="checkbox"/>	Nombre	SKU	Inventario	Precio	Categorías	Etiquetas	★	●	Fecha		
<input type="checkbox"/>	Cascada	—	Hay existencias	\$75.000,00	Atractivos, Ecoturismo, Restrepo, Ruta del Piedemonte Llanero, Villavieco	—	☆	●	Publicada 21/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Trabajo de Llano – Llanero por un Día	—	Hay existencias	\$90.000,00	Restrepo, Ruta del Piedemonte Llanero, Tours, Turismo Llanero, Villavieco	—	☆	●	Publicada 21/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Cabalgatas y Trabajo de Llano	—	Hay existencias	\$40.000,00	Cabalgata, Restrepo, Ruta del Piedemonte Llanero, Tours, Villavieco	—	☆	●	Publicada 06/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Pasadia Bogotá y sus Museos	—	Hay existencias	\$98.000,00	Atractivos, Bogotá, Pasadia, Tours	—	☆	●	Publicada 22/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Noches Llaneras	—	Hay existencias	\$48.000,00	Ruta del Amanecer Llanero, Villavieco	—	☆	●	Publicada 28/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Llano Bus – Todo Incluido	—	Hay existencias	\$470.000,00	Bogotá, Ruta del Amanecer Llanero, Tours, Turismo Todo Incluido, Villavieco	—	☆	●	Publicada 28/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Tour Llanos Orientales 4 Noches – 5 Días con Caño Cristales	—	Hay existencias	\$1.999.900,00	Caño Cristales, Ecoturismo, La Macarena, Tours, Turismo Llanero, Villavieco	—	☆	●	Publicada 27/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Plan Caño Cristales – 3 Días, 2 Noches	—	Hay existencias	\$1.495.000,00	Atractivos, Caño Cristales, Ecoturismo, La Macarena, Ruta del Piedemonte Llanero, Tours, Turismo Llanero, Villavieco	—	☆	●	Publicada 26/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Ruta Piedemonte Llanero	—	Hay existencias	\$100.000,00	Atractivos, Cabalgata, Cumaral, Ecoturismo, Restrepo, Ruta del Amanecer Llanero, Ruta del Piedemonte Llanero, Turismo de Aventura, Turismo Llanero, Villavieco	—	☆	●	Publicada 26/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Ruta Amanecer Llanero	—	Hay existencias	\$140.000,00	Ecoturismo, Mejores Destinos, Puerto López, Ruta del Amanecer Llanero, Tours, Turismo de Aventura, Turismo Llanero, Villavieco	—	☆	●	Publicada 25/08/2022	0	● ● ●
<input type="checkbox"/>	Ruta del Embrujo Llanero	—	Hay existencias	\$120.000,00	Acacias, Atractivos, Ecoturismo, Granada, Mejores Destinos, Río Humades, Ruta del Embrujo Llanero, San Martín, Tours, Turismo Llanero, Villavieco	—	☆	●	Publicada 25/08/2022	0	● ● ●

Acciones en lote ▼ Aplicar 11 elementos

Figura 23. Lista de productos añadidos al portal virtual de la agencia de turismo llanero - Llanotours S.A.S.

8.1. VISUALIZACIÓN DE PRODUCTOS AÑADIDOS AL PORTAL

llanotours.com/producto/llano-bus-todo-incluido/

INICIO TOURS ACTUALIDAD SOBRE NOSOTROS CONTÁCTENOS

Llano Bus – Todo Incluido HOME / TIENDA / LLANO BUS – TODO INCLUIDO

Llano Bus – Todo Incluido
\$470.000,00

Cantidad 1

Espectacular programa de 3 noches y 4 días, que podrán pasar en un hotel campestre de Villavicencio, o sus alrededores.

Relájese y olvídense de su carro, porque lo recogeremos en Bogotá en un punto fijo, y los traeremos al Llano.

El plan incluye: Licores de 2 PM a 10 PM.

No se lo pierda, Grupo mínimo (40 PAX).

AGREGAR AL CARRITO

Categorías: Mejores Destinos, Tours

DESCRIPCIÓN VALORACIONES (0)

Descripción

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE EL PLAN

Incluye:

- Transporte, Bogotá – Hotel – Bogotá
- Recepción Mirador Don Yo
- 3 noches 4 días
- Desayunos – Almuerzos – Cenas Tipo Buffet
- Snacks Pm
- Show time – Todas las noches
- Asistencia Médica

Envíanos un mensaje jvachat

Figura 24. Apreciación de los productos ya creados y subidos al portal web de la agencia.

8.1.2. VISUALIZACIÓN DEL CHAT QUE MANEJA LA AGENCIA DE TURISMO LLANERO EN SU PORTAL VIRTUAL

The screenshot displays the Llanotours website interface. The top navigation bar includes links for INICIO, TOURS, ACTUALIDAD, SOBRE NOSOTROS, and CONTÁCTENOS, along with a shopping cart icon showing 0 items. The main header features the Llanotours logo and the product title 'Plan Caño Cristales – 3 Días, 2 Noches'. Below this, a large image of a river with a waterfall is shown. To the right of the image, the product details are listed: 'Plan Caño Cristales – 3 Días, 2 Noches' with a price of '\$1.495.000,00'. A quantity selector shows '1' item. Below the price, there is a green button labeled 'AÑADIR AL CARRITO'. The description section is titled 'DESCRIPCIÓN' and contains text about the tour, including 'NO DUDES EN VENIR Y DISFRUTAR DEL LLANO, PORQUE LOS LLANOS SON VIDA.' and 'INFORMACIÓN GENERAL SOBRE EL PLAN.' The live chat window on the right is titled 'Envíenos un mensaje' and includes a form with fields for 'Su mensaje*', 'Nombre', 'Su teléfono', and 'Su correo electrónico*', and a button labeled 'ENVIAR'.

Plan Caño Cristales – 3 Días, 2 Noches

\$1.495.000,00

Cantidad: 1

Desde el mes de Junio, hasta el mes de diciembre, podrás venir a caño cristales en la serranía de la macarena – Colombia. Lo más indicado y seguro que puedes hacer, es volar desde Villavicencio hasta la Macarena, allí podrás pasar 2 noches. Los desplazamientos internos se hacen por tierra, Río, y campero. Vete preparando para recorrer y admirar la belleza única que posee caño cristales.

AÑADIR AL CARRITO

Categorías: Caño Cristales, Tours

DESCRIPCIÓN

VALORACIONES (0)

Descripción

NO DUDES EN VENIR Y DISFRUTAR DEL LLANO, PORQUE LOS LLANOS SON VIDA.

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE EL PLAN.

*En la cumbre de la serranía sobresale un hermoso caño que fluye entre majestuosos moriches, arropado con flora de estrambóticos colores, indómitas aguas descienden de la mágica serranía formando en él variedad de pozos cristalinos y refrescantes; llamado Caño Cristalitos.

Día 1.
Villavicencio – La Macarena – Caño Piedra

Envíenos un mensaje

Live Chat desarrollado por jivochat

Por favor, deje su mensaje en el siguiente formulario y le responderemos via correo electrónico

Su mensaje*

Nombre

Su teléfono

Su correo electrónico*

ENVIAR

Figura 25. Visualización de la ventana del chat, del portal virtual de la empresa.

8.1.3. APARIENCIA DE LOS MENSAJES RECIBIDOS EN EL PORTAL VIRTUAL DE LA AGENCIA

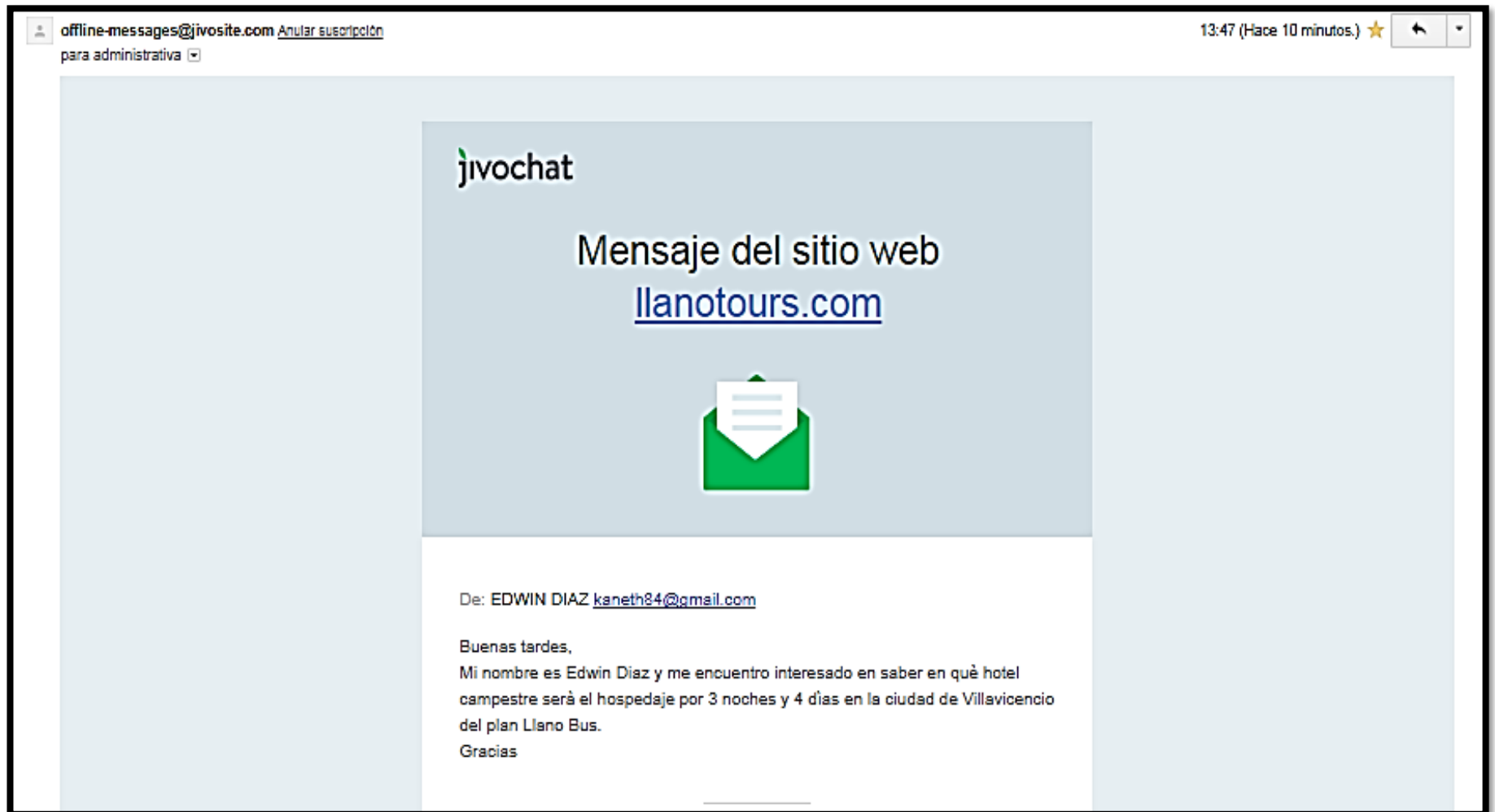


Figura 26. Apariencia de los mensajes recibidos del chat del portal web de la agencia.

8.1.4. VISTA DE LOS PRODUCTOS DISPONIBLES PARA LA COMPRA EN EL PORTAL VIRTUAL DE LA EMPRESA LLANOTOURS S.A.S

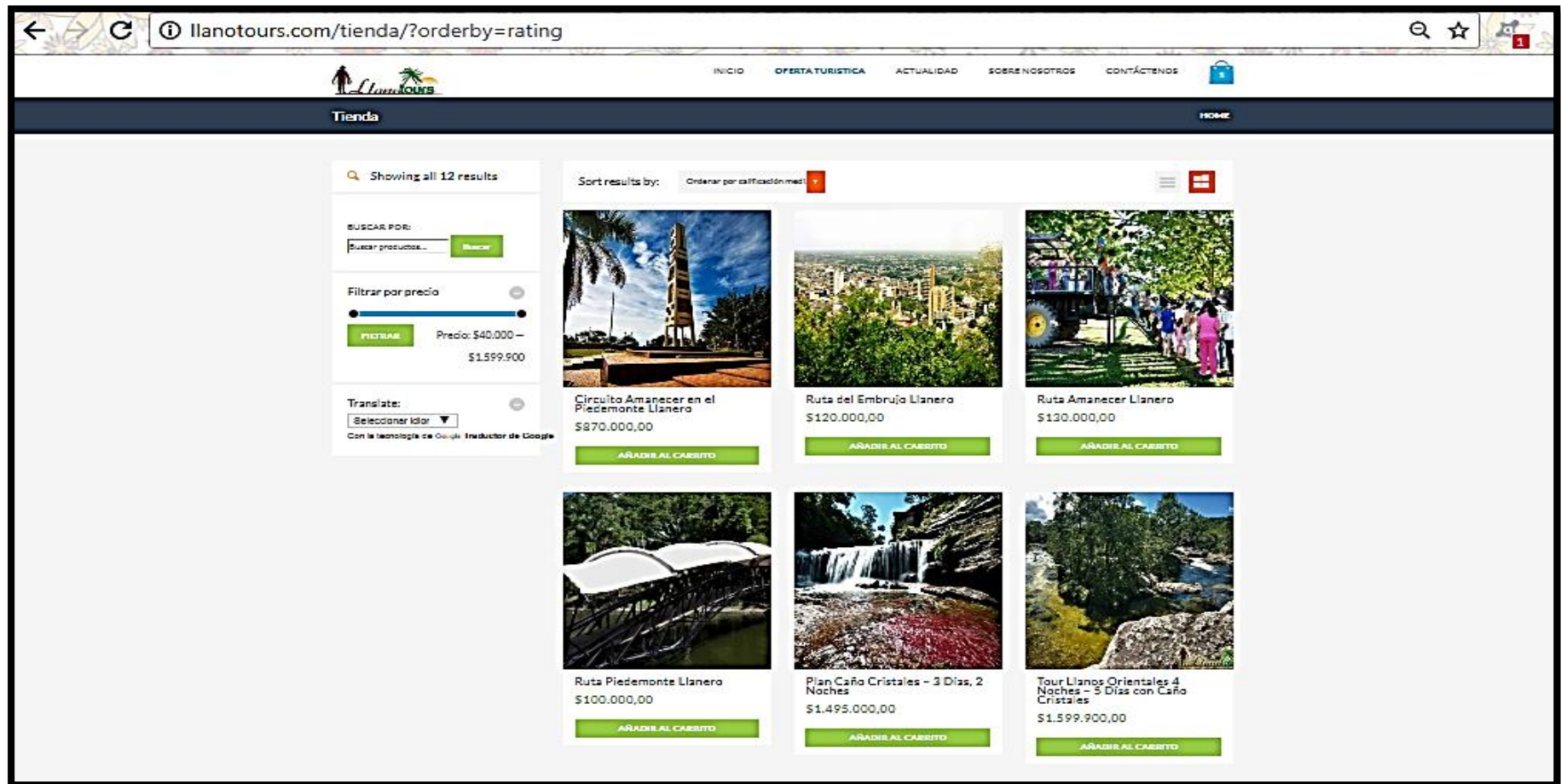


Figura 27. Vista de 6 productos disponibles para la compra.

9. OTRAS ACTIVIDADES DE APOYO REALIZADAS EN LA PASANTÍA

- Brindar asistencia administrativa en las instalaciones de la agencia.

Se contó con apoyo de la infraestructura del hotel campestre la Tonga, ubicado a dos kilómetros del anillo vial por la carretera del amor o corredor ecológico universitario en la ciudad de Villavicencio, para brindar apoyo en atención de llamadas y de información al público en general, además de efectuar diligencias externas cuando las necesidades del servicio lo requieran.

- Generación y adición de productos al portal virtual de la empresa, permitiendo que estos se encuentren disponibles para la compra.

Se añadieron 11 productos turísticos al portal virtual de la agencia con sus respectivos precios, descripciones y fotografías.

10. CONCLUSIONES

Esta pasantía le permitió al establecimiento la creación de una plataforma estratégica con la finalidad de brindarle una mejora, debido a que le facilita y le da más herramientas de planeación que le sirvan como enlace para mejorar en los diferentes ámbitos.

- La falta de la plataforma estratégica en la agencia de turismo llanero Llanotours, ocasionó diversos efectos negativos, como la carencia de un enfoque a largo plazo, la necesidad de incremento en la productividad de los empleados, ausencia de un entendimiento claro de lo que la empresa desea, falta de prevención de problemas y de disciplina por parte de los funcionarios de la agencia; a causa de planes inconclusos que carecen de objetivos claros. Como lo mencionó Mauricio Nieto según su estudio, las medianas y pequeñas empresas inician sus negocios con una alta expectativa, pero sin la suficiente capacitación, ni la infraestructura tecnológica necesaria para dar soporte a sus ideas. Afirmó que un factor importante que frena el desarrollo de los negocios, es la falta de planeación a largo plazo, ya que, aunque varios empresarios han definido una misión y una visión, terminan concentrados en los horarios del personal, en las tareas del día a día, y en los pedidos. Y es muy poco el tiempo que dedican a desarrollar las actividades que exige la estrategia general. Menciona que la frase, “lo urgente no nos deja tiempo para lo importante” debe ser eliminada del argot de nuestra clase empresarial.

- En este proceso de pasantía, se pudo identificar que a pesar de que muchas empresas ofertan dentro de sus productos el plan turístico caño cristales; entre las más reconocidas agencias de turismo están: Aviatur, Odretours, Agencia de viajes Esencia llanera, Swiss Andina, Turismo Vimonta viajes de montaña S.A.S entre otras; muy pocas

agencias de turismo se enfocan únicamente en dar a conocer los sitios más representativos de nuestro departamento, lo cual es una ventaja para Llanotours, porque ofrece otros destinos turísticos como: cascada, trabajo de llano – llanero por un día, cabalgatas y trabajo de llano, noches llaneras, llano bus, ruta piedemonte llanero, ruta amanecer llanero, ruta del embrujo llanero y circuito amanecer en el piedemonte llanero; que las demás empresas no tienen en cuenta y a su vez, los productos que oferta Llanotours son más bajos.

- Por otro lado, y en cuanto a efectividad se refiere; se encontró que el representante legal de la empresa Llanotours S.A.S es la única persona encargada de ejecutar los procesos de articulación interinstitucional; como el transporte, la ubicación de guías locales durante los recorridos, y la ubicación de sitios de provisiones alimenticias, lo cual es un trabajo dispendioso y poco productivo para la empresa que él solo realice esa labor, debido a que no existe en la agencia otra persona que pueda encargarse de esos procesos, dado que es su decisión gerencial.
- Para Llanotours S.A.S es fundamental contar con la plataforma estratégica ya que de esa manera es posible augurar buenos resultados. Pero el solo hecho de poseerla no es suficiente; sino que también es necesario darla a conocer al personal de la empresa y a su vez tratar de aplicarla en su totalidad, para que de manera conjunta se puedan alcanzar los objetivos propuestos por los que se fijan políticas organizacionales como: la designación de un porcentaje trimestral de las utilidades, para conseguir mejoras en su portal virtual y su fan page, la permanencia de constante comunicación con los enlaces, que faciliten la articulación interinstitucional; poseer constante formación, que permita estar a la vanguardia para ofrecer mejores servicios, conseguir y mantener posicionamiento en el SEM (Marketing de motores de búsqueda), mantener una constante búsqueda de medios de

promoción y captura de servicios, efectuar afiliaciones con entidades gubernamentales que proporcionen información de interés a prestadores de servicios turísticos y sostener vínculos cordiales, con las alianzas estratégicas existentes y futuras.

11. RECOMENDACIONES

Luego de un análisis, cualitativo donde fue necesaria la observación, la investigación, y la etapa experimental se propone:

- Capacitar por lo menos a dos empleados de la agencia de turismo llanero Llanotours S.A.S, sobre los sitios y los operadores logísticos de cada paquete turístico, para que en caso de que se presente cualquier anomalía e inasistencia por parte de la persona encargada de alguna labor principal como la articulación interinstitucional, la empresa no incurra en faltas por pérdida de clientes.
- Realizar alianzas estratégicas con los principales hoteles de la ciudad de Villavicencio, con el fin de que la agencia de turismo Llanotours pueda promocionar sus productos a los turistas en general.
- Solicitar que todo el personal tanto directivo como operativo, tenga una mayor disposición y entrega; en lo que respecta a la agencia Llanotours.
- Capacitar más, en procesos informáticos y manejo de redes al personal de la agencia.
- Se recomienda crear un manual de funciones en Llanotours S.A.S; que sirva como instrumento eficaz para el desarrollo de las metas propuestas.

Las anteriores recomendaciones son importantes para propender por un mejor funcionamiento en la agencia.

12. ANEXOS

12.1. Entrega del C.D en medio magnético, a la empresa Llanotours S.A.S.

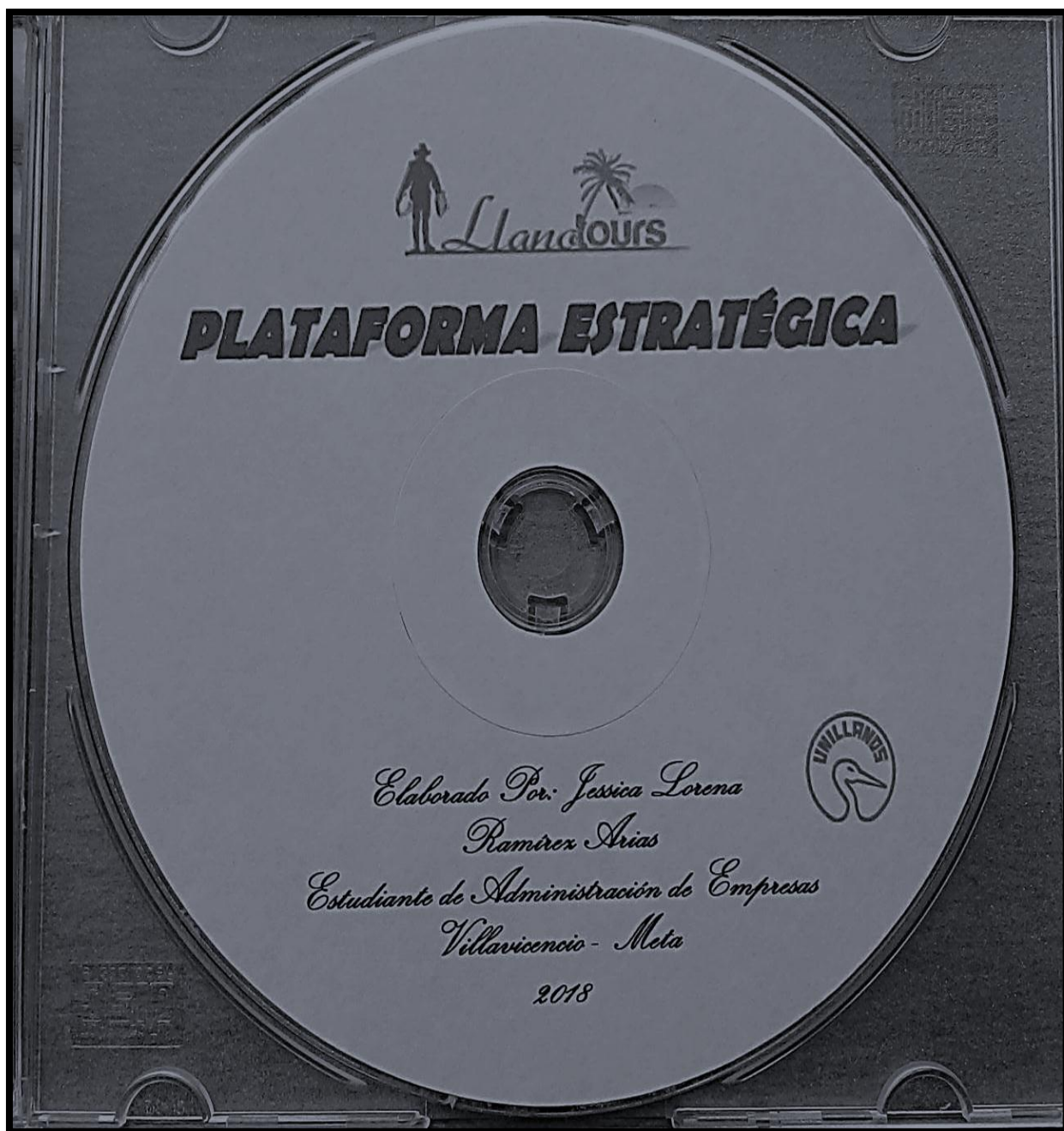


Figura 28. Entrega de la plataforma estratégica en medio magnético.

13. BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA

1. 9001, C. I. (2013). *Sistemas de gestión de calidad según ISO 9000*. Obtenido de <http://iso9001calidad.com/la-politica-de-calidad-101.html>
2. Administraciòn, G. y. (S.f). *Planificación empresarial*. Obtenido de <https://www.gestionyadministracion.com/planificacion/>
3. *Alcaldía de Villavicencio , Meta*. (s.f.). Obtenido de <http://www.villavicencio.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>
4. Anato, V. t. (s.f). *Anato, Quienes Somos*. Obtenido de <https://vitrinaturistica.anato.org/quienes-somos/>
5. Argoti, C. E. (2016). *Importancia de la planeaciòn estratègica en las empresas*. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/15416/1/ValenzuelaArgotiCarlosErnesto2016.pdf.pdf>
6. Aviaexport. (Marzo de 2013). *Plan de Negocio de Turismo de naturaleza de colombia*. Obtenido de https://www.anato.org/images/stories/Comunicados_2013/plan%20de%20negocio%20de%20turismo%20de%20naturaleza.pdf
7. Cadavid, A. (22 de Enero de 2014). *Fortalecimiento y articulaciòn institucional*. Obtenido de <https://prezi.com/kj0yhehzc6ky/fortalecimiento-y-articulacion-institucional/>

8. Cadena, J. (s.f). *Direccinamiento estratégico: MISIÓN - ESPE*. Obtenido de <ftp://ftp.espe.edu.ec/GuiasMED/MGP2P/METODOS/Direccinamiento%20estrat%C3%A9gico-es.pdf>

9. Chiavenato, I. (2001). Administraciòn: proceso administrativo. En I. Chiavenato, *Administraciòn: proceso administrativo* (págs. (pp.159-162), (pp.179-180)). Bogotá: Nomos S.A.

10. Chiavenato, I. (S.f). *Planeaciòn estratègica*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41563102/planeacion_estrategica_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1543170951&Signature=02cnpFAyOY8J4SIMXU0chhN%2FMio%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPlaneacion_estrateg

11. Colombiana, N. t. (10 de Julio de 2006). *Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH)*. Obtenido de http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/Otros/NTC/2006/NTSTS_002_2006.pdf

12. Colombiana, N. t. (01 de Agosto de 2014). *Recintos de campamento o camping, requisitos de planta y servicios*. Obtenido de: http://citur.linktic.com/upload/publications/documentos/118.NTS_SH_012.pdf

13. Colombiana, N. t. (17 de Noviembre de 2016). *Estableciminetos de alojamiento y hospedaje (EAH)*. Obtenido de http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/11/SSNA_Norma-T%C3%A9cnica-Sectorial-Colombiana-002.pdf

14. Dane, p. p.-2. (2018). *Indicadores demogràfics de Villavicencio*. Obtenido de <https://villavicencio.wikispaces.com/14+Indicadores>

15. Davis, J. (25 de Febrero de 2014). *Una empresa sin planeación es miope*. Obtenido de <https://www.laprensa.com.ni/2014/02/25/economia/184041-una-empresa-sin-planeacion-es-miope>

16. Garcia, J. (27 de 04 de 2015). *Planeaciòn estratègica*. Obtenido de http://www.ccichonduras.org/website/Descargas/presentaciones/2015/04-Abril/PLANIFICACION_ESTRATEGICA.pdf

17. Gardey, J. P. (2010). *Definición de Demografía*. Obtenido de <https://definicion.de/demografia/>

18. Gòmez, H. S. (08 de 2010). *GERENCIA ESTRATÈGICA Teoria - Metodologia - Alineamiento, Implementaciòn y mapas estratègicos*. Obtenido de <file:///C:/Users/Edwin%20Diaz/Desktop/Gerencia%20Estrategica%20Humberto%20Serna%20G%C3%B2mez.pdf>

19. Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). (31 de Julio de 2006). Obtenido de <http://www.ica.gov.co/getattachment/efc964b6-2ad3-4428-aad5-a9f2de5629d3/187.aspx>

20. ISO, N. (22 de Diciembre de 2014). *ISO 14001: Política ambiental*. Obtenido de <http://www.nueva-iso-14001.com/2014/12/iso-14001-politica-ambiental/>

21. Ministerio de Comercio, I. y. (s.f). *Meta generalidades*. Obtenido de Divisiòn Político - Administrativa: <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/colombiaprospira/wp-content/uploads/2012/09/Informacion-Regional2.pdf>

22. N.35193, D. o. (24 de Enero de 1979). *Protección del ambiente*. Obtenido de <http://www.redlactea.org/wp-content/uploads/decretos/L9.pdf>
23. Olivera, R. C. (05 de Diciembre de 2014). *El turismo*. Obtenido de <http://casioturismo.blogspot.com.co/2014/12/definicion.html>
24. Pèrez, M. C. (2012). *Análisis de las dinámicas de consumo*. Obtenido de http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/367/202_Otero_Gómez_María_Cristina_2012.pdf?sequence=1
25. Travel, C. T. (2009). *Diccionario turístico*. Obtenido de <https://www.colonialtours.com/dicturistico.htm>
26. Turismo, M. i. (30 de Enero de 2018). *Normatividad- Turismo*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/10755/normatividad_-_turismo
27. Vergel, R. (28 de Noviembre de 2002). *Historia del desarrollo institucional turístico del Meta*. Obtenido de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2191>
28. Wwww.todacolombia.com. (2005-2015). Obtenido de <http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/meta.html>